

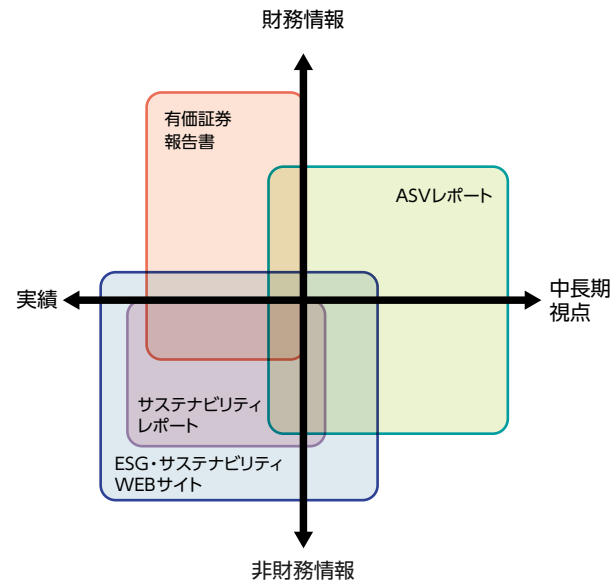
目次

<p>サステナビリティの方針と体制</p>	<p>10億人の健康寿命を延伸</p>	<p>社会</p>
<p>CEO メッセージ ————— P003</p>	<p>栄養課題の解決</p>	<p>人財マネジメント</p>
<p>サステナビリティ担当役員メッセージ ————— P004</p>	<p>栄養課題解決への取り組み ————— P035</p>	<p>人財と組織のマネジメント ————— P095</p>
<p>理念体系 Our Philosophy ————— P005</p>	<p>MSGの安全性・有用性の普及 ————— P043</p>	<p>労働安全衛生</p>
<p>マテリアリティ</p>	<p>健康課題の解決</p>	<p>労働安全衛生 ————— P105</p>
<p>味の素グループにとっての重要な項目</p>	<p>健康課題解決への取り組み ————— P045</p>	<p>人権</p>
<p>(マテリアリティ) の特定プロセス ————— P008</p>	<p>環境負荷を50%削減</p>	<p>人権の尊重 ————— P108</p>
<p>味の素グループにとっての</p>	<p>環境マネジメント ————— P049</p>	<p>サプライチェーンマネジメント</p>
<p>重要な事項 (マテリアリティ) ————— P009</p>	<p>TCFD 提言に基づく情報開示 (気候変動)</p>	<p>責任あるサプライチェーンマネジメント ————— P117</p>
<p>ASV 最大化の道筋 ————— P016</p>	<p>気候変動リスクへの対応 ————— P053</p>	<p>地域コミュニティとの関係</p>
<p>味の素グループのバリューチェーン ————— P017</p>	<p>バリューチェーンにおける温室効果ガス排出削減 — P060</p>	<p>地域の発展への貢献 ————— P120</p>
<p>ESG・サステナビリティに関する体制 ————— P018</p>	<p>資源循環型社会実現への貢献</p>	<p>アクセシビリティ</p>
<p>ステークホルダーとの対話・連携</p>	<p>製品ライフサイクルでの廃棄物削減 ————— P067</p>	<p>製品の入手可能性・容易性の向上 ————— P121</p>
<p>ステークホルダーエンゲージメント ————— P020</p>	<p>持続可能な農業への貢献 ————— P076</p>	<p>適切なコミュニケーションと情報発信 ————— P122</p>
<p>外部イニシアティブへの参画 ————— P021</p>	<p>フードロスの低減</p>	<p>製品安全</p>
<p>社外ステークホルダーからの期待と提言 ————— P022</p>	<p>フードロス低減への貢献 ————— P079</p>	<p>品質マネジメント ————— P123</p>
<p>2023年度の活動報告</p>	<p>生物多様性</p>	<p>ガバナンス</p>
<p>主要な取り組みと進捗</p>	<p>自然資本に対するリスクと機会の検討 ————— P083</p>	<p>リスクマネジメント ————— P131</p>
<p>サステナビリティのホリスティック</p>	<p>持続可能な原材料調達</p>	<p>コンプライアンス ————— P133</p>
<p>(包括的) なアプローチ ————— P028</p>	<p>重点原材料に対する取り組み ————— P086</p>	<p>情報セキュリティの確保と個人情報管理 ————— P137</p>
<p>主要な取り組みと進捗 ————— P029</p>	<p>アニマルウェルフェア ————— P090</p>	<p>知的財産の適切な管理と活用 ————— P139</p>
	<p>水資源の保全</p>	
	<p>生産工程での水資源の保全 ————— P091</p>	

編集方針

「サステナビリティレポート」は、味の素グループのサステナビリティの考え方や取り組みについて、健康・栄養、環境 (E)、社会 (S)、ガバナンス (G) の観点から、数値データと共にお伝えするレポートです。「ASVレポート」(統合報告書)と併せて、サステナブルな価値創造に向けた味の素グループの姿を、株主・投資家の皆様をはじめとする全てのステークホルダーの皆様にご理解いただければ幸いです。
本レポートはGRIスタンダードに準拠しています。

関連資料体系図



対象組織

原則として、味の素(株)および連結子会社・持分法適用会社(2024年3月31日現在)を「味の素グループ」と表記しています。グループ全体の情報を十分に把握できていない事象は、報告の都度、対象組織を明示しています。

対象期間

2023年度(2023年4月~2024年3月)

ただし、過去の経緯やデータ、最近の事例を示すことが適当である場合は、この期間以外のものを報告しています。

関連コンテンツ



サステナビリティWEBサイト

<https://www.ajinomoto.co.jp/company/jp/activity/>

社会とともに歩む味の素グループの取り組み Along with society

<https://www.ajinomoto.co.jp/company/jp/activity/society/index.html>

味の素グループ 企業情報

<https://www.ajinomoto.co.jp/company/jp/aboutus>

味の素グループの今がわかるWEBマガジン ストーリー

<https://story.ajinomoto.co.jp/>

ステークホルダーの皆様へ



取締役
代表執行役社長
最高経営責任者

藤江太郎

私たち味の素グループは、アミノ酸の研究を起点として、アミノサイエンス®*を強みとして成長してきました。1908年に「日本人の栄養状態を改善したい」と願っていた池田菊苗博士が発見した「うま味」を、1909年に創業者・二代 鈴木三郎助が「味の素®」として製品化したことからその歴史が始まりました。この創業時の「おいしく食べて健康づくり」という志は、100年以上経過した現在も、事業によって社会課題を解決しながら社会価値と経済価値を共創する取り組みであるASV (Ajinomoto Group

Creating Shared Value) として受け継いでいます。昨今の、変化が非常に激しく予測が難しい事業環境下においては、私たちが拠り所とする志（パーパス）がますます重要になっています。味の素グループは「アミノサイエンス®で人・社会・地球のWell-beingに貢献する」を志（パーパス）としています。この志には、経営層の思いだけでなく、当社グループの従業員から自発的に生まれた思いや、サステナビリティ諮問会議等をはじめとするマルチステークホルダーの皆様への期待に応えていく決意が込められています。

味の素グループは、ASV経営の根幹にサステナビリティの推進を置いています。2021年4月にサステナビリティ諮問会議を設置して、ありたい姿の実現や長期の企業価値向上に向けて、様々なステークホルダーの皆様と対話を重ね、2023年に、社会課題の解決、サステナブルな価値創造のために、長期視点で当社グループが取り組むべき重要な事項（マテリアリティ）を設定しました。そして、重要な事項に基づいて、今取り組むべき重要テーマとその具体的な取り組み計画をまとめました。

当社が2030年のアウトカムに定めている環境負荷50%削減、特にGHG排出量削減においては、当社のスコープ1・2・3における自社のネガティブなインパクトを削減することがとても重要です。それに加えて、顧客や社会へ与えるポジティブなインパクトに当社の技術・ノウハウ・製品・サービスで大きく貢献できる可能性が明確になってきました。例えば、当社の動物用アミノ酸製品の「AjiPro®-L」を活用して、大手乳業会社や地域の畜産事業者と協働で世

界の牛から発生するGHGの削減に取り組んでいます。農業分野では、従来の肥料や農薬とは異なる、バイオスティミュラントという農業資材を活用して、食糧増産、農地の効率利用、GHG排出量削減等の大きなポジティブインパクトを創出できる可能性がわかってきました。

一方、課題は、味の素グループにとっての重要な事項に対する具体策、そしてインパクトを出すための道筋（インパクトパス）のさらなる明確化です。現在、わかりやすい例もいくつか見える化できつつあります。このインパクトを出す道筋の明確化を味の素グループ全体の取り組みにスケールアップ、スピードアップしていくことが課題です。

味の素グループのコーポレートスローガンである“Eat Well, Live Well.”には、世界各地にさらなるおいしさをお届けすることはもちろん、アミノサイエンス®によって毎日の食事を通じた健康づくりへ貢献すること、人類が直面する食糧・医療・環境問題の解決、スマート社会の実現に貢献していきたいという味の素グループの決意を込めています。アミノサイエンス®で人・社会・地球のWell-beingへ貢献し、“Eat Well, Live Well.”を実現していくために、従業員一人ひとりの心の底から生まれる「志」への「熱意」と、「志」を共有していただける様々なステークホルダーの皆様の共感を原動力としてASV経営を推進し、サステナビリティに取り組んでまいります。

* アミノ酸のはたらきに徹底的にこだわった研究プロセスや実装化プロセスから得られる多様な素材・機能・技術・サービスの総称。また、それらを社会課題の解決やWell-beingへの貢献につなげる、味の素グループ独自の科学的アプローチ

ネガティブインパクトの削減とポジティブインパクトの創出に取り組む



執行役常務
サステナビリティ・コミュニケーション担当

森島千佳

味の素グループは、経営の根幹にサステナビリティを組み込みASV経営を推進しています。2023年に策定した新マテリアリティの価値創造のフレームワークから現在取り組むべき6つの重要テーマを定め、重要テーマに沿ってリスク・機会を捉え取り組みを推進し、志（パーパス）実現を目指しています。企業の社会への責任としてネガティブインパクトの削減に精力的に取り組むと共に、自分たちの強みを

生かしたポジティブインパクトの最大化も追求しています。それは将来にわたって味の素グループが成長し続け、永く存在し続けるために必要なことだと考えています。

2023年のCOP28で「持続可能な農業、強靱な食料システム及び気候変動に関するエミレーツ宣言」が採択され、レジリエントなアグリフードシステムが大きなグローバルイシューとなりました。私たちは、アウトカムとして掲げている環境負荷低減と健康寿命の延伸はフードシステムでつながっていると考えます。そして、レジリエントなアグリフードシステム実現に向けて、バリューチェーンの川上・川中・川下それぞれにおいてアミノサイエンス®を活用した味の素グループらしい取り組みを推進しています。川上での農家支援や畜産業への貢献、川中での環境負荷を低減した生産、そして川下での健康栄養課題を解決する減塩製品や栄養バランスのよいメニューの提供等を通じてレジリエントなアグリフードシステムに貢献し、当社ならではのインパクトを創出することを目指しています。次に、取り組みを推進するに当たって重視していることを3点お話しします。1つ目は、課題をホリスティックに捉えて取り組むことです。サステナビリティの各テーマはお互いに影響を与え合うものなので、テーマごとに考えるのではなくホリスティックなアプローチが重要です。例えば、バリューチェーン川上においてサプライヤーと協業することは、GHG排出量削減、持続可能な原料調達、生物多様性の回復、人権課題の解決など様々な課題解決につながります。

2つ目は、各エリア・各事業の現場での取り組み推進です。

推進の中核であるサステナビリティ委員会には、実効性を上げるべく日本+4地域本部（アセアン、欧州アフリカ、北米、ラテンアメリカ）の責任者、主要事業の責任者も参加し、重要な取り組みについて議論、ナレッジシェアを行っています。事業や商品を通じてサステナビリティ課題を解決していくことが、ステークホルダーの皆様の納得感や共感にもつながると考えています。

そして3つ目は、仲間との協業、エコシステムの重要性です。1社でできることには限界があります。志（パーパス）や思いを合わせられる仲間と共に取り組みをより大きな成果につなげていくことが大事です。健康栄養領域では、生活者が無理なく健康的な食生活を選択できるような食環境をつくることを目指し、官民連携プロジェクトに参画すると共に、アカデミアや国際機関・金融機関とも連携した取り組みを推進しています。またプラスチックリサイクルの社会実装に向けては、日本ではCLOMA（Clean Ocean Material Alliance）に積極的に参画、海外ではスタートアップ、リテイラー、行政との協業を強化しています。

味の素グループは事業を通じて様々な仲間と共に、強みであるアミノサイエンス®を活用し、人・社会・地球のWell-beingへの貢献を目指してまいります。

理念体系 Our Philosophy

考え方

味の素グループは、創業以来一貫して事業を通じた社会課題の解決に取り組み、社会課題を解決しながら経済価値を創造し、成長につなげてきました。

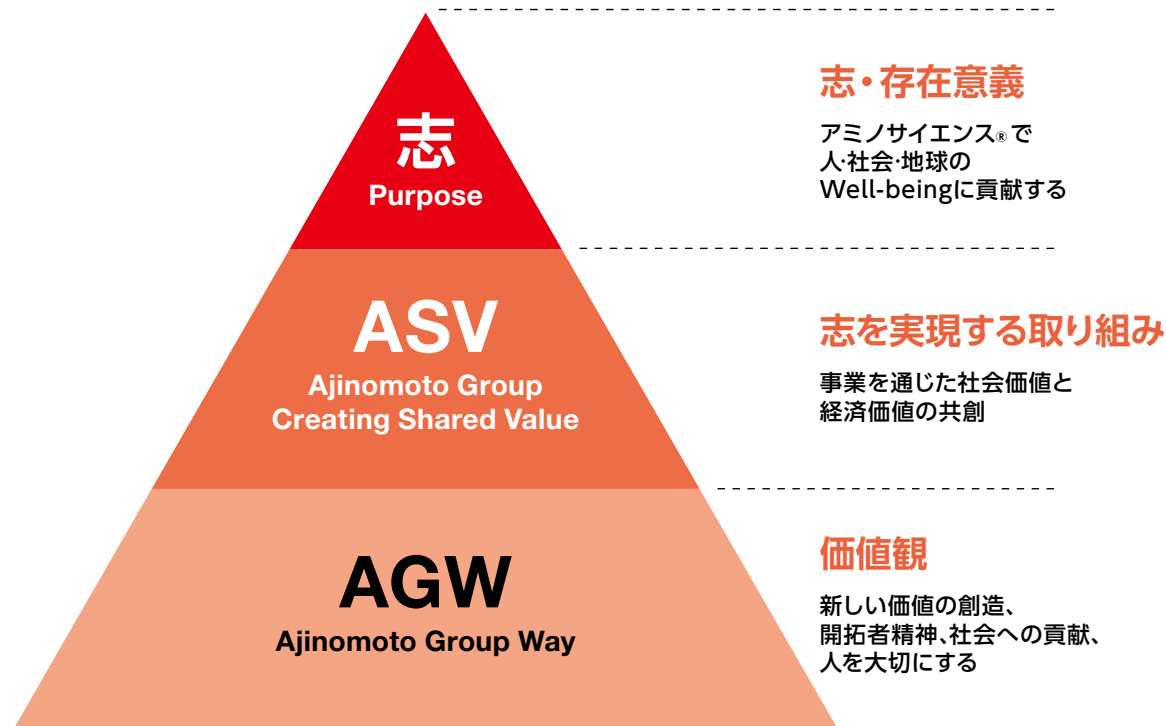
この取り組みをASV (Ajinomoto Group Creating Shared Value) と称し、ASVを志 (パーパス) を実現するための中核として位置付けた理念体系を“Our Philosophy”として設定しています。

“Our Philosophy”は、味の素グループにとって最も重要な理念を体系化したものです。

味の素グループの根底にある志 (パーパス) は、「アミノサイエンス® で、人・社会・地球のWell-beingに貢献する」ことです。創業以来長年にわたり磨き続けてきた味の素グループならではの強みであるアミノサイエンス® を活かし、Well-beingへ貢献したいという思いをこの志 (パーパス) に込めています。

▶ [Our Philosophy](#)

コーポレートスローガン Eat Well, Live Well.



理念体系 Our Philosophy

2030年 味の素グループのありたい姿

2030年アウトカム実現に向けた
サステナビリティの考え方

味の素グループは、アミノサイエンス® で人・社会・地球のWell-beingに貢献することを目指しています。そのためには、2030年までに「環境負荷を50%削減」と「10億人の健康寿命を延伸」のアウトカムを両立して実現することが必要と考えています。

味の素グループの事業は、健全なフードシステム*、つまり安定した食資源と、それを支える豊かな地球環境の上に成り立っています。一方で、事業を通じて環境に大きな負荷もかけています。地球環境が限界を迎えつつある現在、その再生に向けた対策は当社グループの事業にとって喫緊の課題です。気候変動対応、食資源の持続可能性の確保、生物多様性の保全といった「環境負荷削減」によって初めて「健康寿命の延伸」に向けた健康でより豊かな暮らしへの取り組みが持続的に実現できると考えています。

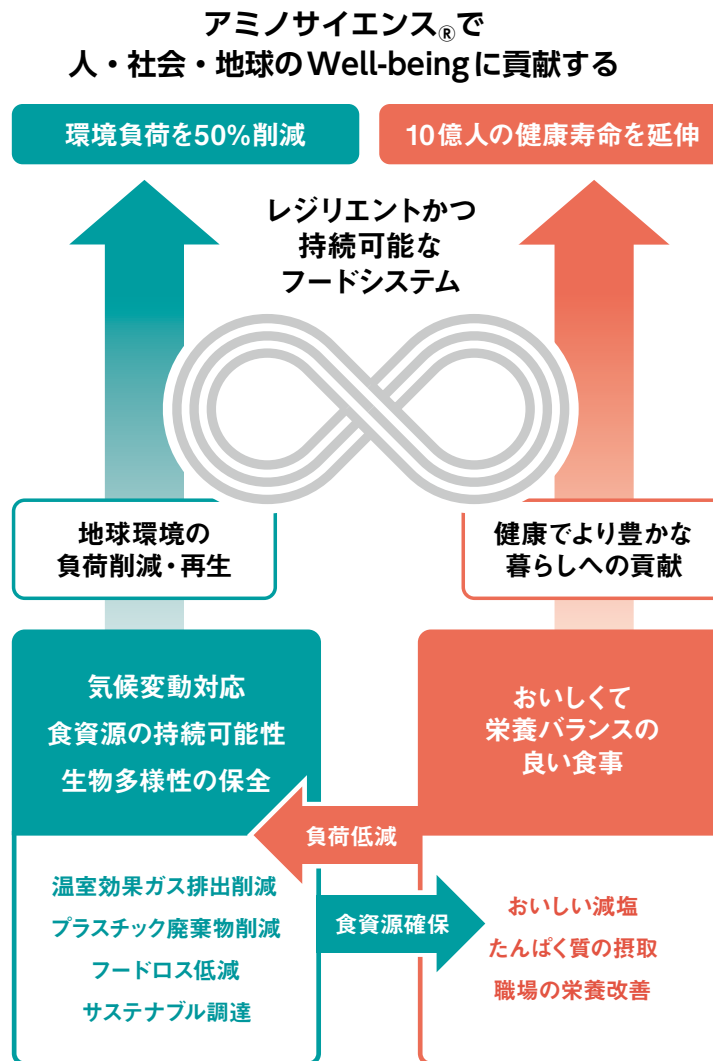
味の素グループは事業を通じて、おいしくて栄養バランスの良い食生活に役立つ製品・サービスを提供すると共に、温室効果ガス、プラスチック廃棄物、フードロス等による環境負荷の削減をより一層推進し、また、資源循環型アミノ酸発酵生産の仕組み（バイオサイクル）を活用することで、レジリエントかつ持続可能なフードシステムと地球環境の再生に貢献していきます。

そして、環境負荷等のネガティブインパクト（負の影響）を着実に低減しながら、味の素グループの強みであるアミノサイエンス® を最大限に活用して、社会へよりポジティブなインパクト（良い影響）を創出していくことを

目指しています。

※ 食料の生産、加工、輸送および消費に関わる一連の活動

- ▶ 中期ASV経営（経営方針）
- ▶ サステナビリティへのアプローチと体制



理念体系 Our Philosophy

アミノサイエンス®

考え方

アミノ酸は、筋肉や骨、皮膚等カラダを作るだけでなく、カラダの働きを維持、調節するホルモンや酵素、カラダを守る抗体、神経伝達物質等の材料でもあります。これは他の生き物でも同じく、アミノ酸は人だけでなく、地球上の生き物全ての「いのちのもと」です。

「アミノサイエンス®」とは、アミノ酸のはたらきに徹底的にこだわった研究プロセスや実装化プロセスから得られる多様な素材・機能・技術・サービスの総称です。また、それらを社会課題の解決やWell-beingへの貢献につなげる、味の素グループ独自の科学的アプローチのことを指します。例えば、求めるおいしさを実現する「おいしさ設計技術®」、アミノ酸栄養技術による農畜産業の持続可能化、バイオ医薬・再生医療用培地&抗体薬物複合体技術等があります。これらは他企業が容易には真似できない、味の素グループの競争優位の源泉の一つです。


▶ アミノサイエンス®

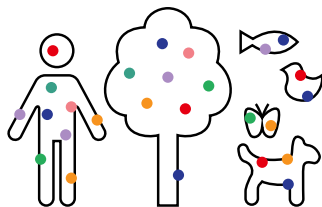
▶ ASVレポート2024 (統合報告書) P44-61

アミノ酸

全ての生きものの
カラダをつくる
基本物質

カラダのさまざまな
機能を担う

 アミノ酸



アミノ酸のはたらき

呈味機能
おいしくする

栄養機能
栄養を届ける

生理機能
体の調子を整える

反応性
新たな機能を生み出す

価値の創出

味の素グループの事業活動

食品事業

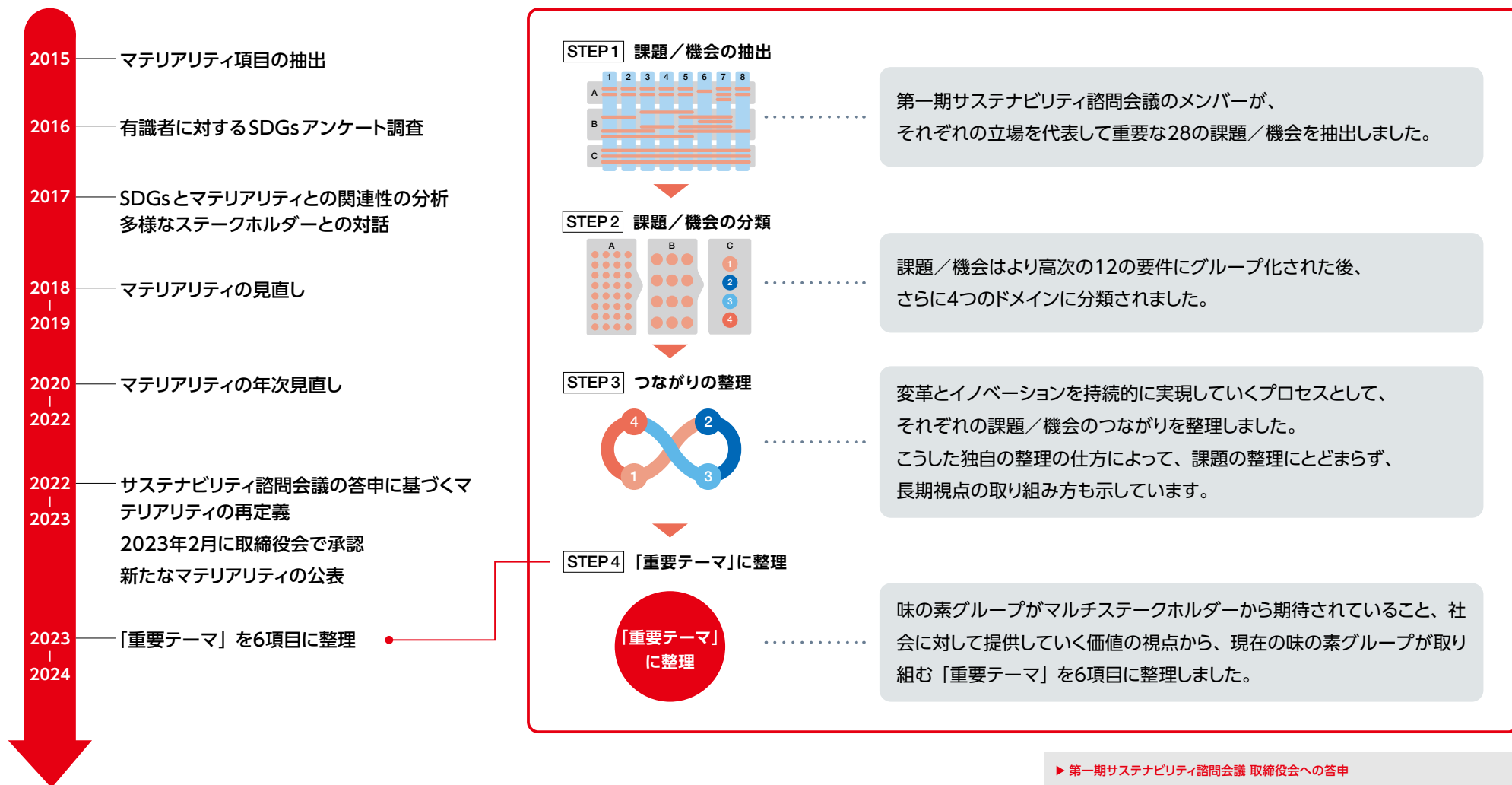
アミノサイエンス® を
調味料・食品、冷凍食品に
活かした事業展開
(例：おいしさ設計技術®)

バイオ&ファイケミカル事業

アミノサイエンス® を
ヘルスケア等に
活かした事業

味の素グループにとっての重要な事項（マテリアリティ）の特定プロセス

味の素グループでは、2050年を見据えたマクロ環境の変化を踏まえ、ASVを通じた短中長期の価値創造能力に実質的な影響を及ぼす重要な事項（マテリアリティ）を特定しています。マテリアリティから機会・リスクを抽出し、重要度・優先度を明確にして、事業活動を展開しています。



味の素グループにとっての重要な事項（マテリアリティ）

味の素グループにとっての重要な事項（マテリアリティ）は、味の素グループが長期にわたり持続的に社会価値と経済価値を共創し続けるための重要な事項です。重要な事項（マテリアリティ）は、経営や従業員の思いや考え、社外のステークホルダーからの様々な期待等が反映されるプロセスで策定しており、事業戦略に密接に関わっています。また、志（パーパス）、そして現場での取り組みとも深くつながっています。

価値創造フレームワーク

アミノサイエンス®によるWell-being

4. 価値共創 (ASV)

- 4.1 Living well
健幸寿命
- 4.2 Co-wellbeing
コー・ウェルビーイング
- 4.3 Value creating solutions
ソリューションによる
価値創造

1. 共創力

- 1.1 Transformative
innovation capability
変革能力
- 1.2 Transparent & objective
透明性・客観性
- 1.3 Constructive engagement
for co-creation
共同力



2. 生活者視点

- Holistic & inclusive perspective
ホリスティック&
インクルーシブ視点 2.1
- Local community perspective
地域コミュニティ視点 2.2
- Future generation perspective
未来世代の視点 2.3

3. ウェルビーイング

- Human wellbeing
ヒューマン・
ウェルビーイング 3.1
- Community wellbeing
コミュニティ・
ウェルビーイング 3.2
- Planetary wellbeing
地球のウェルビーイング 3.3

重要テーマ

持続可能な地球環境の実現

食を通じた
ウェルビーイングの実現

先端医療・予防への貢献

スマートソサエティの
進化への貢献

多様な価値観・人権の尊重

経営基盤の強化

価値創造フレームワークが示すもの

この価値創造フレームワークでは、アミノサイエンス®の力や可能性（Scientific Possibilities）と、人・社会・地球のWell-beingに貢献するストーリーの力（Story of

Well being) を結び付けてこのサイクルを回すことで、サステナブルに成長していくという考え方を示しています。

①共創力を磨き、②生活者視点をもって③Well-beingを実現し、事業活動を通じて④共創された価値を還元していきます。そしてこれらをつなぐ環は、インフィニティ（永

遠）を象徴しており、①から④をつなげて回し続けることで、サステナブルに社会価値と経済価値を共創し続けるという意味を込めています。

マテリアリティ

**味の素グループにとっての重要な事項
(マテリアリティ) に関わるリスクと機会**

当社グループは、マクロの環境変化や、発生の蓋然性（高・中・低）、影響度（高・中・低）等を総合的に勘案して、組織横断的な管理が必要なグループ全体のリスクと機会を特定しており、その内容は以下の通りです。

当社グループではこのような経営および事業リスクを最小

化すると共に、これらを機会として活かすための様々な対応および仕組み作りを行っておりますが、以下は全てのリスクを網羅したものではなく、現時点では予見できないまたは重要と見なされていないリスクの影響を将来的に受ける可能性があります。

また、文中の将来に関する事項は、当連結会計年度末現在において当社グループが判断したものです。なお、以下の表においては、●をリスク、○を機会として記載しており

ます。

昨年度は「財務に関わるリスクと機会」と「味の素グループにとっての重要な事項（マテリアリティ）に関わるリスクと機会」を分けて開示していましたが、今年度から双方を統合し、当社グループにとっての事業上のリスクと機会として開示します。

味の素グループにとっての重要な事項（マテリアリティ）に関わるリスクと機会

主要なリスクと機会		蓋然性	影響度	総合評価
分類	具体的内容			
#1 アミノサイエンス®	<ul style="list-style-type: none"> ○ モダリティの進化を先取りし、味の素グループの強みであるアミノサイエンス®を活かすことにより事業が成長する機会 ● アミノサイエンス®の進化や拡大が停滞したり、エコシステムや共創にアミノサイエンス®を活用しきれずにその価値がスケールせず、事業の競争優位性や成長が鈍化するリスク 	高	高	極めて重要
#2 ITセキュリティ、 知的財産	<ul style="list-style-type: none"> ○ 知的財産戦略と事業・R&D戦略が連動することにより知財ポートフォリオが構築され、知的財産を事業に積極的に活用することで、競争優位性と事業成長につながる機会 ○ ITセキュリティ強化により、コミュニケーションや意思決定が効率的、スピーディーかつ安全に行われ、顧客の信用を得て取引拡大につながる機会 ● 技術ノウハウや事業上の営業秘密が競合会社に漏洩し、技術的、事業的な競争力に影響が及ぶリスク ● AI技術の悪用やランサムウェア攻撃等、サイバー攻撃がさらに高度化するリスク ● 個人情報の流出が発生して、行政処分を受ける、ステークホルダーの信用を失うリスク 	高	高	極めて重要
#3 ブランド	<ul style="list-style-type: none"> ○ 社会・地球のWell-beingに配慮した経営、サステナビリティに関する任意要請への先行対応、地域に根付く強いブランド力の活用により、サステナビリティ先進企業としての地位を維持・向上する機会 ● 様々なステークホルダーの価値観が多様化する中で、事業活動への共感が得られず、ブランドが棄損されるリスク ● MSGや甘味料に関するネガティブ情報が拡散され、コーポレートブランドが棄損されるリスク ● AI技術の悪用により、フェイク情報生成・拡散が容易化、また模倣品や当社もしくはグループ個社を騙るWEBサイト・SNSアカウント等が巧妙化し、ブランドが棄損されるリスク 	高	高	極めて重要
#4 技術革新	<ul style="list-style-type: none"> ○ DXによる様々な事業活動の自動化・加速・効率化、新たな事業モデルや顧客接点の創出、先端技術によるモダリティの進化の先取り等、生産性向上や事業・技術革新、新たな事業やバリューチェーンを跨ぐ価値創造につながる機会 ○ GX（グリーン・トランスフォーメーション）が進み、サーキュラー・エコノミー、精密発酵、再生農業など地球持続性や生物多様性に関する技術革新・規制緩和・市場創出および資金調達等の拡大により、農業・食料分野におけるソリューションが進展する機会 ● イノベーション進化への対応の遅れにより、新しい価値の創造や事業機会を逃すリスク ● AI技術の利活用が遅れることで事業機会を逃すリスク、またはAI技術の利活用が拙速に推進されることで、法規制の違反、倫理上の問題、AI判断の正確性等の問題が顕在化するリスク 	高	高	極めて重要

マテリアリティ

主要なリスクと機会		蓋然性	影響度	総合評価
分類	具体的内容			
#5 人的資本・人権	<ul style="list-style-type: none"> ○ 多様性と挑戦にフォーカスした積極的な人財投資や働き方の多様化により、共創価値をスケールする機会 ● 人権尊重に関する法令や情報開示基準の整備が進む中で対応の遅れにより企業価値損失につながるリスク ● 労働市場における人財不足により、イノベーションや事業活動に必要な人財が確保できないリスク 	高	高	極めて重要
#6 気候変動、自然資本・生物多様性、資源枯渇	<ul style="list-style-type: none"> ○ 環境・食料課題へのホリスティック（包括的）なアプローチの一般化、他企業・機関とのサステナブルなソリューション共創の機運の高まりにより、レジリエントなフードシステムの実現が容易になる機会 ○ 気候変動対策資金および農家支援に向けた政策支援の拡充により、環境負荷が低くレジリエントなフードシステムの構築が後押しされる機会 ○ 自然資本・生物多様性への注目の高まりにより、再生農業や持続可能な畜産業に資する製品・ソリューションの需要が拡大する機会 ● 気候変動、自然資本の毀損、水不足、動物資源枯渇課題（タンパク質クライシス、家畜の伝染病等）の顕在化により地球全体のサステナビリティが確保できなくなることで、原材料の調達・生活者への食の提供が困難になるリスク ● 国内外で制定・厳格化が進む法規制（脱炭素、自然資本・生物多様性、包装材、水分野、グリーンウォッシュ）や、再生可能エネルギーの調達要請により、対応コストが発生・増加するリスク 	高	高	極めて重要
#7 紛争・戦争、テロ、暴動、社会不安	<ul style="list-style-type: none"> ○ 代替原材料の検討により、より良い原材料の安定的調達に結びつく機会 ● 輸出規制・関税措置・金融制裁・武力行使等により原材料調達（家畜用飼料の原料を含む）、その他物資の供給、国をまたぐ情報共有、資金移動が制限され、全社および事業戦略の浸透や開発、製造が滞るリスク ● 敵対国グループの企業と見なされ、著しく製品需要が落ち込むリスク ● 現地幹部・駐在員の安全が脅かされるまたは拘束されるリスク、特定国の事業活動が妨害を受けて継続できなくなるリスク ● 紛争・インフレ等による社会不安の高まり、表現・集会への弾圧強化や女性の権利の侵害により、一部の国における事業活動が困難となるリスク ● インフレーション進行に起因する、原燃料コスト上昇による収益の悪化 ● 収用リスクや、戦争や紛争等の発生による財務上のカントリーリスク 	高	高	極めて重要
#8 財務・会計・税務	<ul style="list-style-type: none"> ○ ● 租税制度・繰延税金資産／負債の変動による、税負担増加のリスク、あるいは税負担軽減の機会 ● 買収した子会社等の事業計画未達、資本コストや金利の急激な上昇による減損リスク ● 金融危機による資金の枯渇、主に新興国における流通量低下等によるUSD等主要通貨の調達難、格付けの低下による資金調達リスク ● 海外を含めた予期せぬ得意先の経営破綻リスク ● 為替・金利の急激な変動による事業収益への影響リスク（海外での事業活動の停滞、海外子会社業績の円貨への換算影響、利息費用の増加） 	高	高	極めて重要
#9 非財務データ活用	<ul style="list-style-type: none"> ○ 技術革新により、従来測定・分析できなかった非財務データの収集や定量化手法開発およびスタンダード作り・展開が後押しされ、環境・社会価値を財務価値に転換しやすくなる機会 ○ 自然資本分野における技術の進歩により、レジリエントなフードシステムの構築に必要なデータが得やすくなる機会 ● 社会価値や人権リスクの評価・測定の水準（社会要請）の高まりに対応が遅れ、事業機会を逃すリスク 	中	高	重要
#10 パンデミック、自然災害	<ul style="list-style-type: none"> ○ パンデミックや自然災害以外の危機発生時にも対応可能な、オールハザード対応BCPへの進化により、レジリエントかつ柔軟な組織体制構築に結びつく機会 ● パンデミックや大規模／広域自然災害等に伴う物資の不足や人財へのダメージによりイノベーションの推進や事業活動が困難となるリスク 	中	高	重要
#11 消費者嗜好・価値観	<ul style="list-style-type: none"> ○ サステナビリティ意識の高まりやこころの豊かさの重視など消費者の価値観の変化に対応することで、事業が拡大する機会 ● 消費者の社会・環境意識の高まりやパーソナライズド・ヘルスケアの志向に対応した事業、サービス、商品展開が遅れ、生活者や社会の受容性に遅れが生じて事業機会を逃すリスク 	中	高	重要

マテリアリティ

主要なリスクと機会		蓋然性	影響度	総合評価
分類	具体的内容			
#12 人口増加、高齢化、 途上国への資本流入	<ul style="list-style-type: none"> ○ 世界人口増加や公的機関による途上国への資本の流入により健康・栄養課題の解決に資するソリューションの需要が高まる、またヘルスケア市場が大きく拡大する機会 ● 日本・欧州における人口増加が望みにくい中、一部の途上国・エリアでの事業展開が遅れ、事業機会を逃すリスク 	中	高	重要
#13 ガバナンス・ コンプライアンス	<ul style="list-style-type: none"> ○ ガバナンス強化により、当社らしい安全・品質・環境マネジメント活動の継続によりステークホルダーからの信頼が蓄積されることで生まれる機会 ○ 従業員へのAGP浸透、ポリシーや規程類の正しい理解と実践等のガバナンス強化により、より良い企業風土が醸成され、ビジネスの持続可能性を高める機会 ● コンプライアンス（宗教対応規制、動物保護規制等を含む）違反や品質・安全管理の不備等（想定しない成分の混入等）により刑事処分・行政処分を受ける、ステークホルダーの信用を失うリスク 	中	高	重要
#14 経済安全保障（半導体）	<ul style="list-style-type: none"> ○ 日本政府による経済安全保障としての半導体の国内生産回帰により、国内における技術開発が容易になる機会 ● 各国政府による半導体を用いた経済安全保障の影響を受け、サプライチェーンの混乱や市場競争の激化のあおりを受けるリスク 	中	中	重要

マテリアリティ

味の素グループにとっての重要な事項
(マテリアリティ) に関わるリスクと
機会に基づく、取り組みと目標・KPI

現在の味の素グループが取り組む6つの「重要テーマ」
①「持続可能な地球環境の実現」②「食を通じたウェルビー

イングの実現」③「先端医療・予防への貢献」④「スマート
トソサエティの進化への貢献」⑤「多様な価値観・人権
の尊重」⑥「経営基盤の強化」に対して、取り組みおよ
び目標・KPIは以下になります。リスク・機会は前述の主
要なリスクと機会を簡潔にまとめたものであり、カッコ内
の番号は前述のリスクと機会の該当する分類番号を示し

ています。

味の素グループにとっての重要な事項 (マテリアリティ) に関わる主要な取り組みとKPI

(リスク・機会のカッコ内の番号は、前述の主要なリスクと機会の分類番号を示す)

重要テーマ	リスク・機会 (カッコ内はリスク・機会の番号)	取り組み	目標・KPI
持続可能な地球 環境の実現	<ul style="list-style-type: none"> ○ 技術革新、規制緩和・政策支援拡大、資金流入および他企業等との共創機運高まりによる地球にやさしくレジリエントなフードシステム構築の後押し、および関連製品・サービスの需要拡大 ● 気候変動・自然資本毀損・動物資源枯渇による原材料調達の高コスト化および関連法規制や社会要請の厳格化、また培養肉や包装材リサイクル・AIなど先端技術の活用が遅れ・拙速な導入による事業機会の損失 (#1, #4, #6) 	1. ネットゼロへの挑戦	<ul style="list-style-type: none"> ・ GHG排出削減 (対2018年) 2030年：スコープ1、2で50%、スコープ3は24%削減 2050年：ネットゼロ、電力再生可能エネルギー化100% ・ 生物多様性への対応推進 (LEAPアプローチ*対象として選定した原料における、リスク機会評価および気候変動等との相互解決を含む取り組み推進) * LEAPアプローチ：TNFD (自然関連財務情報開示タスクフォース) が提唱するガイダンスで、自然関連のリスクと機会を科学的根拠に基づいて評価するためのプロセス ・ プラスチック廃棄物 2030年：ゼロ化 ・ フードロス削減 (対2018年) 2025年：50%削減 (原料受け入れからお客様納品) 2050年：50%削減 (製品ライフサイクル全体) ・ フードロス削減、プラスチックリサイクルなど社会実装における各地域での協働 ・ 水使用量削減 (対2005年) 2030年：水使用量削減率80%削減 ・ 持続可能な原材料調達 2030年：重点原材料の持続可能な調達比率100% ・ アニマルウェルフェア向上の推進
		2. 100億人を支えるレジリエントなフードシステム変革への貢献	<ul style="list-style-type: none"> ・ バイオサイクル拡大による資源循環社会実現への貢献 ・ バイオスティミュラント製品を通じた持続可能な農業への貢献 (単位面積当たり収量増、環境ストレスへの耐性増等により、気候変動緩和・適応へ貢献) ・ アミノ酸を用いた持続可能な方法で飼育された乳牛、肉牛由来製品の提供。乳業・食肉メーカーとの連携によるエコシステム構築 ・ 環境負荷の少ないアンモニアのオンサイト生産の実用化推進

マテリアリティ

重要テーマ	リスク・機会（カッコ内はリスク・機会の番号）	取り組み	目標・KPI
食を通じたウェルビーイングの実現	<ul style="list-style-type: none"> ○ 各地域の消費者の嗜好、またサステナビリティや健康への意識の高まり等に対応した製品・サービスの提供による事業拡大、および社会・地球のWell-beingに配慮した経営によるブランドの向上 ● 価値観の変化・多様化やAI等先端技術の不適切な利用がみられる中、消費者の価値観の変化への対応が遅れる、また製品・事業活動に対する理解が得られないことによる事業機会の損失・ブランドの棄損 (#1, #3, #9, #11) 	3. 食文化を尊重し、地球にも人にも健康で、おいしい食を選択できる環境を作り、多くの人に価値を提供する	<ul style="list-style-type: none"> ・ 業務用 (BtoB) 顧客向けソリューションの提供拡大 ・ 食と健康の課題解決に向けた各地域での協業者との協働 ・ 味の素グループ栄養プロファイリングシステム (ANPS) 等の栄養評価技術に基づく、栄養バランスのよい製品・サービスの提供、生活者の健康的な食行動支援 ・ 栄養コミットメントを通じた健康的な製品提供 <ul style="list-style-type: none"> - 栄養価値を高めた製品の割合 60% (2030年) - 「おいしい減塩」「たんぱく質摂取」に役立つ製品提供 年間4億人 (2030年) - アミノ酸の生理機能や栄養機能を活用した製品の利用機会 対2020年2倍 (2030年) ・ 環境負荷の低い食品素材や製法で作られた食品・素材の提供 (培養肉・プラントベース食品等)
		4. 調理の楽しさ・共食による人のつながりの提供を通じて、こころの豊かさへ貢献する	<ul style="list-style-type: none"> ・ 調理、共食のWell-beingへの貢献の可視化 (関係性の解明) と貢献度の高い製品の拡大
		5. 一人ひとりに寄り添った製品・サービスの提供を通じて「自己実現」へ貢献する	<ul style="list-style-type: none"> ・ 顧客理解の深化を通じたパーソナライズ化された体験価値開発の加速 (日本) KPI①: POND*顧客数 (共通ID数) 1,000万人 (2030年) KPI②: 年間二桁億円以上の新製品数: 年間2-3製品 (2030年) * POND: 自社で保有する全社顧客基盤 ・ 冷蔵コア事業カテゴリー (GYOZAおよび周辺Dumpling製品) での提供価値進化
先端医療・予防への貢献	<ul style="list-style-type: none"> ○ 継続的なモダリティの進化の先取りや、DX活用により先端医療を顧客に届けることによる新しい価値の提供 ● 医療分野の技術発展への対応が遅れる、またアミノサイエンス®の進化や拡大が停滞したり、エコシステムや共創を活用しきれずに価値がスケールしないことによる、事業や企業価値増大の抑制 (#1, #4) 	6. 先端医療モダリティの実現に貢献する	<ul style="list-style-type: none"> ・ 治療や予防の進化、健康寿命の延伸につながるソリューションの提供拡大 ・ バイオ医薬製造サービスの強化および領域拡大 ・ 培地や先端医療素材のサービスソリューション提供型ビジネスへの進化 ・ メディカルフード領域の強化
スマートソサエティの進化への貢献	<ul style="list-style-type: none"> ○ 経済安全保障政策の影響で半導体生産の国内回帰が進むことによる、国内における半導体関連技術の開発の進展 ● 各国政府が経済安全保障の一環として半導体関連製品の貿易を規制することによるバリューチェーンの混乱、および貿易摩擦相手国による関連製品の国産化による競争の激化 (#1, #14) 	7. サステナブルかつ快適なICT社会の実現を目指し、継続したイノベーションによる先端材料の開発と提供拡大、サステナブルなビジネスモデルの共創	<ul style="list-style-type: none"> ・ 半導体バリューチェーンにおける共創エコシステムの強化、半導体の進化に貢献するイノベーション創造のスピードアップと先端材料の提供拡大 ・ 光電融合分野などの先端半導体分野における技術および材料の開発の実現
多様な価値観・人権の尊重	<ul style="list-style-type: none"> ○ 技術革新で人権等の非財務データの収集が可能になることによる長期目線かつ財務・非財務両面からの経営判断促進、および自社の環境・社会価値を活かした競争優位性につながる各種スタンダード作りへの関与 ● 人権等非財務データの評価・測定の要請への対応が遅れることによる、事業機会および企業価値の損失 (#5, #9) 	8. バリューチェーンにおける人権の取り組みの推進・マルチステークホルダーの共感醸成	<ul style="list-style-type: none"> ・ 国際基準に則った人権・環境デュー・ディリジェンスの着実な推進。ステークホルダーとの対話を通じ、以下両面から取り組む (深掘性) 国別人権リスク評価 (1回/4年) 結果に基づく人権影響評価の実施、および予防・是正措置、モニタリング (網羅性) 「サプライヤー取引に関するグループポリシーガイドライン」に基づくサプライヤーの実態把握および改善に向けた伴走、モニタリング (2024年 国内一次サプライヤー完了予定、2025年 海外一次サプライヤー着手予定)

マテリアリティ

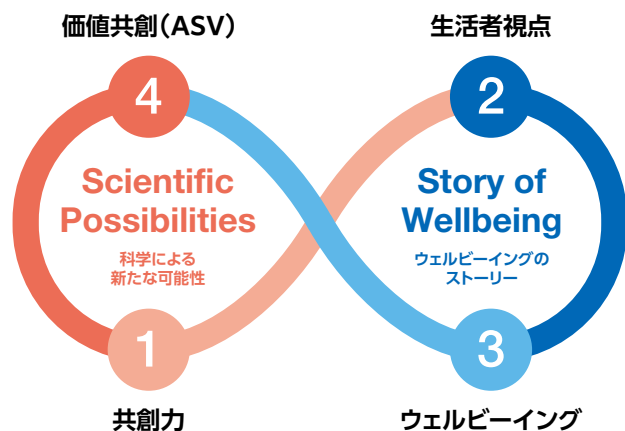
重要テーマ	リスク・機会（カッコ内はリスク・機会の番号）	取り組み	目標・KPI
経営基盤の強化	<p>○ 経営における無形資産の重要性が高まる中、人財の多様化と挑戦の促進による創造的活動の活発化、および知的財産やITシステムの強化、財務戦略強化による競争優位性の強化</p> <p>● 人口動態変化、紛争、パンデミック、人財の需給ギャップ、法規制の厳格化、ITセキュリティへの脅威等の激しい事業環境変化による経営基盤への多面的な脅威の拡大 (#1, #2, #5, #7, #8, #10, #12, #13)</p>	9. 地域社会の手本となるDE&Iの取り組みや挑戦を促す人材投資等による従業員Well-beingの向上、イノベーション創出。そして、全ての従業員が働きがいを感じられる会社の実現へ	<ul style="list-style-type: none"> ASV実現プロセス エンゲージメントサーベイスコア（グローバル） 80%（2025年）⇒ 85%（2030年） リーダーシップ層の多様化（グローバル） 20%（2025年度）⇒ 30%（2030年度） 女性管理職比率（グローバル） 35%（2025年）⇒ 40%（2030年） 全従業員の内、キャリア採用で入社した従業員の構成比（味の素（株）単体） 20%（2025年）⇒ 30%（2030年） ※毎年、味の素（株）に入社する従業員の内、キャリア採用者の構成比は50%以上を目標とする 挑戦する人材を促す「ASVアワード」（グローバル）や「公募異動や横断プロジェクト参加」（味の素（株）単体）の推進
		10. 事業環境変化に対するレジリエンス強化	<ul style="list-style-type: none"> グローバルな、品質保証システム、戦略的知財ポートフォリオ構築によるレジリエンス強化 コンプライアンス意識向上のための継続的な施策 安全衛生に関するアセスメント・監査・点検の継続実施 経営リスクの特定、対応策検討（毎年） 未来予測、機会の特定、ポートフォリオ戦略（適宜） 減損や為替・金利変動リスクの極小化、グループ内資金の有効活用や柔軟な資金調達によるリスクの軽減
		11. 従業員のリテラシー向上	<ul style="list-style-type: none"> 環境、人権、DX等のリテラシー向上施策の展開 栄養教育を受けた従業員数 10万人（2025年）

ASV 最大化の道筋

無形資産の強化を基盤として、重要テーマに対するリスクと機会を踏まえ、ネガティブインパクトを着実に削減する取り組みを推し進めると共に、ポジティブインパクトを創出する取り組みを加速させます。そして、ASVを最大化していきます。

味の素グループにとっての重要な事項（マテリアリティ）

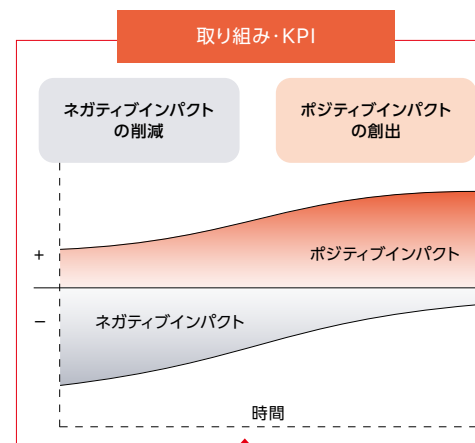
価値創造フレームワーク



重要テーマ

- 持続可能な地球環境の実現
- 食を通じたウェルビーイングの実現
- 先端医療・予防への貢献
- スマートソサエティの進化への貢献
- 多様な価値観・人権の尊重
- 経営基盤の強化

リスク・機会



ASV 最大化



味の素グループのバリューチェーン

原材料調達、生産、物流、販売、お客様

味の素グループは、世界に広がるバリューチェーンの各段階で多様な関係者と関わり合いながら、事業を運営しています。各段階で、関係者と共に着実な取り組みや対応を重ねることで、社会・環境課題の解決を目指していきます。



ESG・サステナビリティに関する体制

ESG・サステナビリティに関する体制

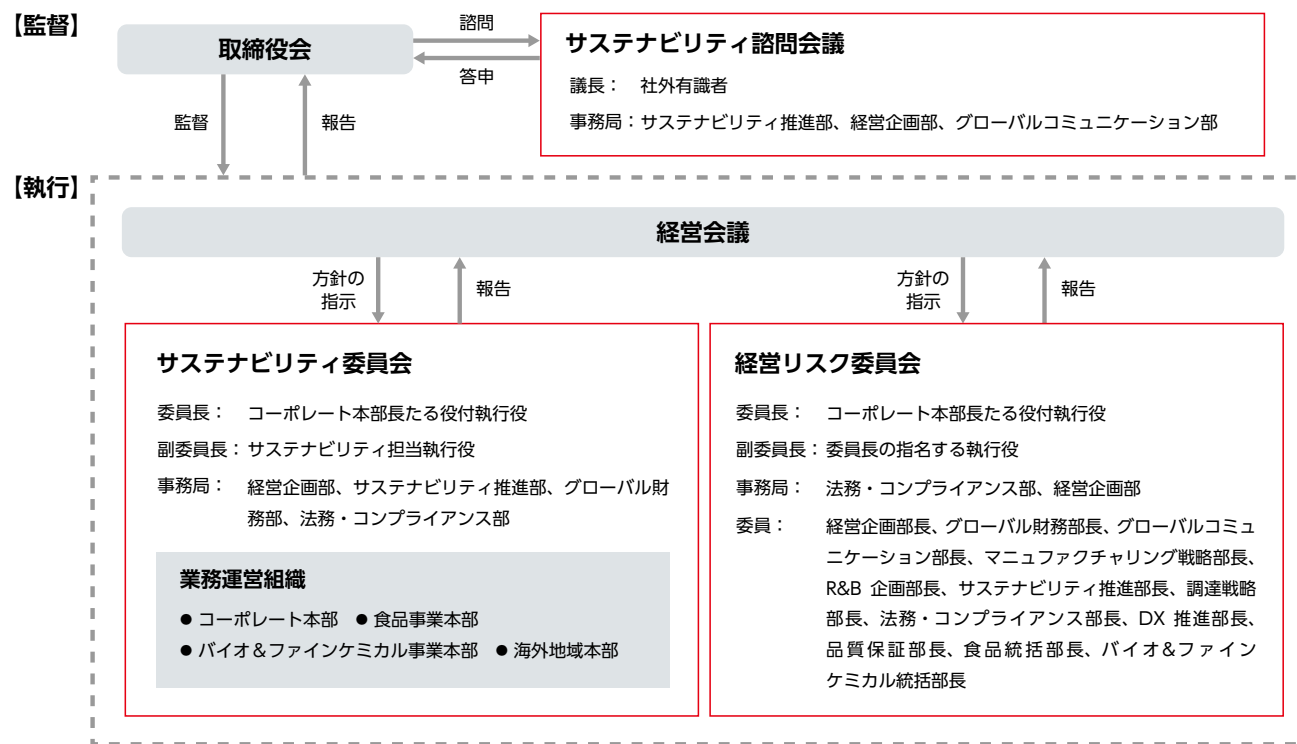
体制

味の素グループでは、グループ各社およびその役員・従業員が順守すべき考え方と行動のあり方を示した味の素グループポリシー（AGP）を誠実に守り、内部統制システムの整備とその適正な運用に継続して取り組むと共に、サステナビリティを積極的なリスクテイクと捉える体制を

強化し、持続的に企業価値を高めています。

持続可能性の観点から企業価値を継続的に向上させるため、サステナビリティ推進体制を強化しており、その概要は以下の通りです。

ESG・サステナビリティに関する体制



取締役会は、サステナビリティ諮問会議を設置する等、サステナビリティとESGに係る当社グループのあり方を提言する体制を構築し、ASV経営の指針となる味の素グループにとっての重要な事項（マテリアリティ）を決定すると共に、サステナビリティに関する取り組み等の執行を監督しています。

経営会議は、下部機構としてサステナビリティ委員会と経営リスク委員会を設置し、味の素グループにとっての重要な事項（マテリアリティ）に基づくリスクと機会をその影響度合いの評価とともに特定し、対策の立案、進捗管理を行う体制を構築しています。なお、2023年度はサステナビリティ委員会から2回の活動報告を受けています。サステナビリティ諮問会議は、2023年4月より第二期サステナビリティ諮問会議として、引き続きサステナビリティの観点で味の素グループの企業価値向上を追求するため、その活動を継続しています。第二期サステナビリティ諮問会議は、主として投資家・金融市場の専門家からなる社外有識者4名で構成され、議長は社外有識者が務めています。取締役会からの諮問に基づき、マテリアリティの実装、その進捗についての開示および対話、それらを通じてステークホルダーとの関係構築を行っていくことについて、取締役会のモニタリングを強化する視点で検討を行い、取締役会に答申します。第二期サステナビリティ諮問会議は1年に2回以上開催され、審議の内容および結果を取締役に報告します。

サステナビリティ委員会は、中期ASV経営を推進するため、

ESG・サステナビリティに関する体制

経営リスク委員会と連携して味の素グループへの影響評価とともにマテリアリティに基づくリスクと機会の選定、抽出を行い、経営会議へ提案します。そして、対策を立案し、サステナビリティ施策の進捗管理を行います。また、味の素グループ全体のサステナビリティ戦略策定、戦略に基づく取り組みテーマ（栄養、環境、社会）の推進、事業計画へのサステナビリティ視点での提言と支援、ESGに関する社内情報の取りまとめを行います。

経営リスク委員会は、とくに経営がイニシアティブをもって対処すべきリスク（パンデミック、地政学リスク、情報セキュリティリスク等）について、サステナビリティ委員会と連携して味の素グループへの影響評価とともにマテリアリティに基づくリスクと機会の選定、抽出を行い、経営会議へ提案します。そして、リスクマネジメントのための諸方策を立案、進捗管理を行うことで、リスクおよび危機に迅速かつ的確に対応できる強固な企業体質を実現します。

- ▶ サステナビリティへのアプローチと体制
- ▶ サステナビリティ諮問会議

ステークホルダーエンゲージメント

自社の利益を追求するだけでなく、あらゆるステークホルダーと創出価値を共有しながら、社会や地球環境のサステナビリティに対する責任を果たすためには、各ステークホルダーが何に関心を持ち、当社グループに何を期待されているかを理解し、分析して事業活動につなげる必要があります。味の素グループは、このため、各ステークホルダーと様々な場面での対話を継続的に行い、いただいたご意見を企業活動に反映しています。

主なステークホルダー	お客様・生活者	株主・投資家	取引先	従業員	地域社会	社外有識者／NPO・NGO／ 業界団体等
ステークホルダーからの関心・期待	<ul style="list-style-type: none"> ● 製品の安全・安心 ● 食と健康の課題解決 	<ul style="list-style-type: none"> ● 公平で透明性の高い経営 ● 事業の持続的成長 ● 建設的な対話およびガバナンスの強化 ● 適時・適切な情報開示 	<ul style="list-style-type: none"> ● 持続可能なサプライチェーンに向けた取り組みの推進 ● 人権デュー・ディリジェンスの推進 ● 公正な事業慣行 	<ul style="list-style-type: none"> ● 人材育成 ● キャリア開発 ● ダイバーシティ・エクイティ＆インクルージョン ● 働きがいの向上 ● 給与・福利厚生 ● 労働安全衛生 ● 外国人技能実習生、特定技能外国人の責任ある雇用 	<ul style="list-style-type: none"> ● 地域の安全・環境保全 ● 地域の持続的発展 	<ul style="list-style-type: none"> ● 誠実な対話および連携した活動
エンゲージメントチャンネル	<ul style="list-style-type: none"> ● お客様相談窓口 ● WEBサイト ● 工場見学 ● イベントや講演を通じた生活者との情報共有・意見交換 ● 市場調査 ● D2C事業 	<ul style="list-style-type: none"> ● 株主総会 ● 決算説明会・IR Day・事業説明会 ● 株主向け、個人投資家向けイベント ● 機関投資家との対話 	<ul style="list-style-type: none"> ● 調達方針説明会、サプライヤー監査 ● 取引先（原材料サプライヤー・流通・物流）との対話、流通への方針説明会 ● 国内一次サプライヤーへの実態調査、改善に向けた対話 ● 現地訪問・対話を通じた人権影響評価（ベトナム・コーヒー豆、マレーシア・パーム油） ● B2B顧客への営業活動 	<ul style="list-style-type: none"> ● 各種の能力開発・研修 ● CEO・本部長との対話 ● 個人目標発表会 ● ASVアワード ● グローバルに従業員をつなぐSNS型プラットフォーム ● 味の素グループポリシー（AGP）に関する職場検討会 ● ホットライン（内部通報制度） ● ハラスメント相談窓口 ● 外国人技能実習生、特定技能外国人との対話 	<ul style="list-style-type: none"> ● 工場の近隣住民との対話 ● 地域のイベントへの参加・協賛 ● 自然災害の被災地に対する復興支援活動 ● 財団を通じた支援（日本、ベトナム、ガーナ） 	<ul style="list-style-type: none"> ● 社外有識者、NPO・NGO、業界団体・行政との対話 ● The Consumer Goods Forum (CGF) における消費財メーカーやグローバル小売業との対話 ● Workforce Nutrition Alliance (WNA) への参加 ● The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) への参加
成果・影響	<ul style="list-style-type: none"> ● お客様の声を反映した、製品の改善 ● 生活者の栄養、健康、Well-beingの向上に貢献する提案（減塩、たんぱく質摂取の促進等）、情報提供 ● サステナビリティ情報開示の拡充 	<ul style="list-style-type: none"> ● 説明会等を通じた当社グループの成長戦略や強みへの理解浸透 ● WEBサイトにおける、説明会動画や、無形資産・ガバナンス強化の取り組みに関連する動画の公開 ● 個人株主・投資家向け活動の充実化 ● 投資家からいただく意見の、経営やIR活動改善への反映 	<ul style="list-style-type: none"> ● 小売店舗や外食店における栄養・健康、Well-beingの向上に貢献する提案（減塩、たんぱく質摂取促進等）、環境負荷削減に貢献する提案等 ● B2B顧客への製品提供、顧客との共創を通じた、環境負荷削減への貢献 ● 当社バリューチェーンにおける人権デュー・ディリジェンスの着実な推進 	<ul style="list-style-type: none"> ● 経営と従業員の労働安全衛生や給与・福利厚生等、労働環境についての相互理解促進 ● ホットライン等への相談内容に基づく職場の改善 ● 外国人技能実習生、特定技能外国人の責任ある雇用の実践 ● 志（パーパス）への共感醸成 	<ul style="list-style-type: none"> ● 各地域に存在する健康・栄養課題の把握および課題解決に向けた取り組み推進（自治体と協働した減塩セミナー、野菜摂取や朝食摂取促進イベントやメニュー提案、ベトナムやインドネシアでの学校給食プロジェクト） ● フードロス削減の取り組み推進 	<ul style="list-style-type: none"> ● グループポリシーやガイドライン・考え方の改定 ● 製配販の業界団体、行政と連携した、日本の加工食品物流の効率化・労働環境改善に向けた取り組みの推進 ● 職場の栄養改善活動の強化

外部イニシアティブへの参画

外部イニシアティブへの参画

■ 国連グローバル・コンパクト (UNGC)

国連が企業に提唱する自発的なイニシアティブであり、人権、労働基準、環境、腐敗防止に関する10の原則から成り立っています。味の素(株)は2009年7月16日に署名・参画しています。また毎年、国連グローバル・コンパクト10原則に対する取り組み状況を毎年報告しています。



■ コンシューマーズフォーラム (CGF)

グローバルな消費財流通業界のネットワークで小売業とメーカーが対等な立場を有し、会員企業がその活動を推進しており、世界中の消費財業界に役立つ実践と標準化の導入を促進しています。味の素(株)は理事選任の会員会社として2011年から参画しています。



■ 気候変動関連財務情報開示タスクフォース (TCFD)

G20の要請に基づき、FSBによって2015年12月に設立されたタスクフォースで、金融機関や企業、政府等の機関が、気候変動がもたらすリスクおよび機会の財務的影響について把握し、投資家等に自主的に開示することを推奨しています。味の素(株)はTCDFによる提言について2019年5月に賛同するとともに、「TCFDコンソーシアム」にも参加しています。



■ RE100

企業が自らの事業の使用電力を100%再生エネルギーで賄うことを目指す国際的な環境イニシアティブであり、味の素グループは2020年8月に参画を表明しています。



■ 持続可能なパーム油のための円卓会議 (RSPO)

環境への影響に配慮した持続可能なパーム油を求める世界的な声の高まりに応え、WWFを含む7つの関係団体が中心となり2004年にRSPOが設立されました。味の素(株)は2012年に加盟、参画しています。

■ 気候変動イニシアティブ (JCI)

脱炭素社会の実現を目指す企業、自治体、NGO等国家政府以外の多様な主体によるネットワークで、気候変動対策に積極的に取り組む企業、自治体等が参加しています。味の素(株)は2018年7月8日発足当初から参画しています。

■ 企業と生物多様性イニシアティブ (JBIB)

多様な企業が共同で研究を進めることにより、単独の企業活動のみでは成し遂げられない成果を生み出し、真に国内外の生物多様性の保全に貢献することを目指し2008年に設立されました。味の素(株)は設立当初からの発起人・正会員企業として参画しています。



■ グリーン購入ネットワーク (GPN)

環境負荷の小さい製品やサービスの市場形成を促し、持続可能な社会経済の構築に寄与するため、グリーン購入活動を促進し、グリーン購入に関する普及啓発や情報提供、調査研究などを行っています。グリーン購入ネットワーク (GPN) の会員は趣旨に賛同する全国の企業・行政・消費者 (民間団体) で構成されています。味の素(株)はグリーン購入ネットワークの会員で、2006年3月3日に加盟し、同年4月1日から理事として参画しています。



■ 「1% (ワンパーセント) クラブ」

日本経済団体連合会 (経団連) の関連団体で、会員に対しては寄付や社会貢献活動に関する情報を提供するとともに、広く一般の方々へ企業の社会貢献活動に対する理解を深めていくための事業を行っています。また、企業やその社員と、市民活動団体をはじめとするNPO (民間非営利組織) を結び付け、より有効な社会貢献活動を行うためのコーディネートも行います。味の素(株)は1990年11月の設立当初から参画しています。



■ クリーン・オーシャン・マテリアル・アライアンス (CLOMA)

地球環境の新たな課題である海洋プラスチックごみの問題解決に向けて、プラスチック製品のより持続可能な使用ならびにプラスチック廃棄物の削減につながる革新的な代替品の開発および導入普及を図り、業種を超えた幅広い関係者の連携を強めてイノベーションを加速するためのプラットフォームとして、2019年1月に設立されました。味の素(株)は設立メンバー企業として、部会長 (普及促進部会長) を務めるなど、主体的に参画しています。



■ 持続可能なパーム油のためのネットワーク (JaSPON)

パーム油生産における社会や環境面の様々な問題を解決することを目指し、日本市場における持続可能なパーム油の調達と消費を加速させる目的で小売、消費財メーカー、NGO等によって設立されたネットワークです。2019年4月に設立され、味の素(株)は設立メンバーの理事企業として主体的に参画しています。



■ 30% Club Japan

2010年にイギリスで設立された女性活躍を推進する世界的キャンペーン組織で、企業における取締役会を含む重要意思決定機関に占める女性の割合を30%以上に高めることを目標としています。2019年5月、日本でも30% Club Japanが発足し、味の素(株)は設立当初から参画し、意思決定層に占める女性比率を上げていくことを目指しています。



社外ステークホルダーからの期待と提言

世界各地で異なる要請に応え続けるために、各国・地域の有識者から、味の素グループのサステナビリティ全般に対するアプローチや人権、環境等の個別の取り組みについて、ご意見をいただきました。



Business Business Ltd.
創始者・CEO
エレイン・コーヘン氏
(Elaine Cohen)

味の素グループは、ASV経営とグループのサステナビリティ (ESG) の取り組みとの統合に関する進捗状況や計画を共有するIR Dayを開催し、ベストプラクティスを実践しています。このようなオープンな対話は、味の素グループが投資家の関心の焦点を知るために役立ち、期待について相互理解を得るために非常に重要なものです。例えば、IR Dayで投資家から寄せられた質問に興味深く聞かせていただきましたが、サステナビリティ関連のテーマが積極的に言及されてきました。重要なポイントとして挙げられたのは、サステナビリティ戦略の基本的側面である、マテリアリティと価値創造との関連性についてです。これらの関連性についてより良い開示ができれば、投資家は味の素グループのパフォーマンスをより正確に評価し、味の素

グループの約束実行に対する信頼性を高めることができるでしょう。

味の素グループの経営陣からの回答は、現在推進しているESGの取り組みによって大幅に企業価値を向上できるという楽観的な見解を示しています。タイのキャッサバ生産で新たにもたらされた効率性、バイオスティミュラントの貢献、ベンチャーキャピタルへの投資を通じたエレクトロニクス技術の変革機会など、非常に野心的なケースもあります。味の素グループの楽観的な見解を確実に現実のものにするためには、これらの取り組み全てに、継続的な多額の投資、パートナーシップ、研究、市場開拓が必要です。したがって、課題とリスク、そしてそれらをどのように克服するかについて、より詳細に議論すれば、よりバランスのとれた内容になり、味の素グループの計画を理解しやすくなるでしょう。



FOR THE LONG-TERM,
LLC プリンシパル
コロンビア大学(NY)
サステナビリティ・マネジメント
プログラム講師・教員アドバイザー
**セリーヌ・ソルフベン・
ルーベン・サラマ氏**
(Celine Solsken Ruben-
Salama)

味の素グループのサステナビリティ関連WEBサイトでは、コミュニケーションの焦点がポジティブインパクトの強調へと推移したことが見て取れます。ホームページでは、ダイナミックバナーを配置して新しい「Along with society」のストーリーを紹介し、社会に積極的に貢献するというグループの世界的な取り組みを具現化しています。さらに、サステナビリティマネジメントの取り組みに関する主要情報や、ASVレポート (統合報告書)、サステナビリティレポート、GRI対照表、SASB参照表へのリンクを見つけやすくなりました。サイト下方でサステナビリティの取り組みが列挙されていることに関しては、概念は良いと思いますが、クリックした先でAlong with societyのストーリーと同様のものが見られると期待したものの、出てきたのは報告書の各章へのリンクや参照先が多々記された補足ページでした。このことから、このWEBサイトが目指しているコミュニケーションの相手が、顧客なのか、投資家なのか、ESG評価やランキング専門家なのか、よくわからないという印象が残りました。

WEBサイトを分割して何らかの形でユーザー別の入り口を用意し、各者向けの情報を整備すれば、スムーズな閲覧体験を提供できるようになるでしょう。

味の素グループのIR Day資料では、今後の報告書のヒントが見られました。ここでも、「ポジティブインパクトの創出」の事例が強調されています。「うま味調味料事業のバリューチェーンを通じた価値創出に関する詳細事例」では、ポジティブインパクトの定量化における建設的な進展が見られました。さらにこれを、持続可能な活動に関するEUタクソノミーに沿って改良することが可能でしょう。事例では、グループだけでなくバリューチェーン全体の利害関係者の価値創出が示されています。次の報告書では、他事業でも同様に社会価値と経済価値の定量化がマッピングされることを期待します。但し、財務マテリアリティの定量化・評価に当たり、「企業価値向上の算定式」を工程、取り組み、製品ラインに適用しなければなりません。

「重要な事項 (マテリアリティ) 特定プロセス」の手法は、綿密ではあるものの、その独自性ゆえに味の素グループのマテリアリティの取り組み方に対してある種の当惑が生じます。多くの重要事

ステークホルダーとの対話・連携

項でマテリアリティ関連用語の一貫性のなさが見受けられますが、手法が流動的であることの現れといえるでしょう。「インパクトマテリアリティ」（社会価値）と「財務マテリアリティ」（経済価値）の基準を定義し、「重要テーマ」のどの項目がそれらの基準に該当するかを示し、マテリアリティ関連用語を整備するよう強く推奨します。これを実践することは、IFRS S1とS2に沿ったレポートの準備において役立つでしょう。

総じて、戦略の視覚表現には改善の余地があります。全ての要素は資料に示されているようですが、現在の図表は複雑で多層的な体系を明確に伝えられていません。今後、ASV戦略の視覚的側面がどのように明確化されるのか、そして戦略や指標、進捗のさらなる進展を楽しみにしています。



twentyfifty
最高経営責任者(CEO)
ルーク・ワイルド氏
(Luke Wilde)

味の素グループの人権に対する取り組みの体制と透明性は、相変わらず賞賛すべきものです。計画とロードマップが明確に提示され、昨年度の達成事項が非常にわかりやすく示されているのは素晴らしいことです。この取り組みはしっかりとしたリスクアセスメントに基づいたものであり、それが実施した活動に反映されています。味の素グループは、人権リスク評価を実施するための包括的な手法を持っていますが、訪問したサプライチェーンで深刻な人権侵害が発見されなかったと言えるのは、大きな驚きでした。実施された人権影響評価が本当にライツホルダー（権利保持者）の意見を考慮しているのか、また、味の素グループは実施された人権影響評価と社会監査との違いを認識できているのか、そして、その人権影響評価は国連ビジネスと人権に関する指導原則（UNGP）のベストプラクティスに沿って実施されているのかを、ぜひとも確認していただきたいと思います。

新たなサプライヤー調査の実施や、供給拠点に関して、味の素グループが改善点を明確に示していることを興味深く拝見しました。これは非常に高い透明性レベルであり、今後の進展が見られたら素晴らしいと思います。私は以前、味の素グループの購買慣行（契約、予測、計画など）と、それらがサプライヤーの人権に関する意思決定にどのような影響を与えるかを検討する時期に来ていると指摘しました。例えば、サプライヤーが味の素グループのことをどのように見ているかを探る質問をいくつかこの調査票に加えることができるのではないかと思います。

ステークホルダーとの対話・連携



サシン経営大学院(タイ)
チーフインパクトオフィサー
ワースー・
シーヴィーバー氏
(Vasu Srivibha)

味の素グループは、食品業界のリーディングカンパニーとしての強固な基盤の上に、ASVを通じた社会的・経済的価値の創造と向上へのコミットメントがとて優れています。2024年には、2050年の長期目標を見据え、無形資産の強化や味の素グループにとっての重要事項（マテリアリティ）への対応等、ASV経営を進化させていることを高く評価いたします。

私が考える味の素グループのサステナビリティに関するアプローチは、3つの「C」に集約されます。ネガティブな影響を削減し、ポジティブな影響の創出を拡大する経営アプローチに明確に表れています。一つ目は「コミットメント（Commitment）」です。味の素グループは、企業のビジョンに対して強いコミットメントを示しています。

これは、ネガティブな影響を削減し、ポジティブな影響の創出を拡大する経営アプローチに明確に見ることができます。二つ目は「一貫性（Consistency）」です。

全てのサステナビリティのイニシアティブは、企業の優先順位を決定する主要テーマのもとになっています。三つ目は「継続的改善（Continuous Improvement）」です。ASVのマネジメントを見ると、達成すべき目標やターゲットを明確にしたロードマップに基づき、あらゆる面でより良いものを目指しています。

特に人権については、現在の体制や枠組みを踏まえた上で、具体的な計画を中心に詳細に述べられています。人権デュー・ディリジェンスにおけるコーポラ卓会議日本委員会との連携は、協調性、信頼性、透明性を示すという点で優れています。味の素グループによる人権へのアプローチに対する私の提言は以下の点についてです。

1. デュー・ディリジェンスとモニタリングの強化

サプライチェーンにおける人権方針の順守をさらに確実にするために、味の素グループは、パートナーや第三者と協力し、国や地域により異なる状況にある人権課題に対応するため、より頻繁で徹底的なサプライヤーの監査の実施をご検討ください。

2. 公平で持続可能なサプライチェーンの推進

2030年および2050年の目標達成のためには、この持続可能なサプライチェーンの問題に対する認識と理解がなければ困難です。味の素グループは、進化する国際標準に合わせて継続的に方針

を更新する必要があります。さらに、持続可能なサプライチェーンを構築するための企業のコミットメントを学ぶために、主要なサプライヤーが一堂に会する「味の素グループのサプライヤーの集い」のような機会を設けることをぜひ検討ください。

3. 社内研修の強化

人権問題に対する認識を深めるため、全従業員を対象とした包括的な人権研修、特にベストプラクティスと日常業務への応用を紹介する研修を実施すべきです。

4. 異業種連携の模索

一企業がサプライチェーン全体のコンプライアンスと持続可能性を確保することはほとんど不可能です。味の素グループは、サプライチェーン全体の完全性と評判を向上させるために、コンプライアンスの評価と検証を行う業界内連携の模索を始めてもよいのではないのでしょうか。

報告に関しては、人権のフレームワークと進化する持続可能性の基準との関連性や、人権パフォーマンスを開示することで持続可能性の価値をどのように向上させることができるかを含め、より充実した記載を期待します。さらに、「インパクト・ナラティブ」と呼ばれる、どのような変化が実際に起きたのか、あるいは起きているのかについて、関係者のコメントや事実関係を追うニュースのような定性的情報を、もちろん発言者の守秘義務を考慮した上で紹介することもぜひご検討ください。

例えば、問題が発生した場合、企業はどのように状況を管理したのか、状況を管理するためにどのようなフレームワークやガイドラインを使用したのか、企業はどのようなステークホルダーに関与したのか、どのような影響があったのか。味の素グループはまた、このチャンネルを利用して、人権課題の対応でリーダーシップを発揮し、行動した従業員を表彰することもできます。

人権への取り組みを強化・拡大することで、既存の人権課題を発見し、それに対する革新的な解決策を開発することは、味の素グループの人権への取り組みを大きく前進させることができると確信しています。それが、ステークホルダーとの信頼関係を築き、「アミノサイエンス®で人・社会・地球のWell-beingに貢献する」という味の素グループの志に近づくことにつながると確信いたします。

ステークホルダーとの対話・連携



一般社団法人サステナビリティ経営研究所
代表理事

富田 秀実氏

味の素グループは、サステナビリティ分野においては日本の食品関連業界の中でも、これまで様々な先進的取り組みを行ってきており、情報開示においても、その情報は極めて網羅的で、情報量も既に膨大なものがあります。しかしながらその一方で、例えば新たなマテリアリティ概念は独自色が極めて強く、昨今急速に進む情報開示分野での制度化の方向性と乖離が生じているように感じられます。また、同様に規制化が進む人権デュー・ディリジェンスの分野でも一定の取り組みはなされているものの、バリューチェーン全体の中での優先すべき課題が必ずしも明確でなく、マテリアリティとの関係性などにも物足りなさが残ります。

これらに限らずそれぞれの個別の取り組みは、長年の蓄積があり一定以上のレベルにあるものの、企業全体としてのストーリーが見えにくく、個別最適に陥っている印象も否めません。この点については、藤江社長着任以降、徐々に概念の整理が行われ、大きな方向性が明確になりつつあるように感じられます。サステナビリティ経営は、国際的に法制化・制度化の新しいフェーズに急速に移行しつつあります。味の素グループもこうした動向に先んじて適応し、より踏み込んだ形での再整理を行うとともに、オリジナリティのある先進的な取り組みが同時に進むことを期待します。



株式会社ニューラル
代表取締役

夫馬 賢治氏

味の素グループの現状の開示では、掲げられている「ヘルスケア」「フード&ウェルネス」「ICT」「グリーン」の成長領域の全てで、2030年に到達したい具体的な姿が明確にはなってはいません。一部に関しては2030年目標が定められていますが、バリューチェーン全体と関わる地域社会の双方で、環境・社会インパクト観点での到達目標について解像度を上げたほうが、社内外の双方で健全なチャレンジ精神を育んでいけるのではないのでしょうか。

また、財務戦略との統合の進化も期待します。味の素グループが「エベレスト」と表現するほどの高い目標を達成していくためには、R&D、設備、人財、知財、外部パートナーなどのアセットを拡充するCAPEXが必要になります。課題を抱える経営資源の在り処と、強化するためのCAPEXを具体化することで、各部門のミッションもクリアになると思います。

3つ目の期待は、グローバルサプライチェーンに対する発信です。4つの成長領域のどの分野においても、サプライヤーが重要なカギを握ります。そして味の素グループは世界中にサプライチェーンが伸びています。「味の素グループのサプライヤーでよかった」と言ってもらえるための発信と対話を磨いていただけたと思います。

ステークホルダーとの対話・連携



九州大学大学院 工学研究院
都市システム工学講座 教授
経済産業研究所(RIETI)
ファカルティフェロー

馬奈木 俊介氏

味の素グループはマテリアリティに関するリスクと機会、KPIまでを記載した上で、取り組みについても、例えば人権のページに具体的な活動事例が紹介され、フィールドでどのような対話がされているかまで開示されており、その真摯な取り組み姿勢は高く評価できます。しかし、味の素グループのような責任ある企業であれば、サプライチェーンと人権、環境を通じた大きなフレームでのシステム化を進めるべきではないでしょうか。人権やサステナビリティについて全体像を把握し、サプライチェーン上にあるリスクの中で、重要なものを深掘りして調査する、あるいは現場に行って現状の問題点を把握した上で解決策を提示していくような取り組みが求められているのです。また、味の素グループの社会への取り組みが、経済的に何億円分の価値を創出したのか、そして、それが栄養改善につながり、

健康寿命が延びることで、そのような経済価値を創出しているかの定量的な開示がなく、連携した活動など小さな事例の集合体になってしまっている点も、サステナビリティにおける先進企業としては物足りません。全体がどうつながっているのか、どうやってそれが最終的なインパクトになり、経済的にどれくらいかというところまでを明示した上で、全体感を示していくような取り組みを期待しています。